

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación
Social

TESIS MONOGRÁFICA

Tema: Claves de la gran aceptación del diario *La Voz del
Pueblo* en Tres Arroyos

Realizado por: Milagros Caracoche

Materia: Seminario de investigación periodística

UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Cátedra: Prof. Raúl Horacio Burzaco

Prof. Daniel Sinópoli

Prof. Ivonne Laugier

Buenos Aires, 10 de Marzo de 2000

ÍNDICE

- 1- INTRODUCCIÓN
- 2- CAPÍTULO I: LA COMUNICACION DE MASAS
- 3- CAPÍTULO II: EL PERIODISMO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN
- 4- CAPÍTULO III: HISTORIA DEL DIARIO LA VOZ DEL PUEBLO
- 5- CAPÍTULO IV: LA PRODUCCION
- 6- CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA Y LAS
AGENDAS
- 7- CAPÍTULO VI: ESTUDIO DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DE *LA VOZ DEL
PUEBLO*
- 8- CONCLUSIONES
- 9- BIBLIOGRAFÍA



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas a quienes debo agradecer por la ayuda incondicional que me prestaron para la realización de este trabajo.

Considero especial e incommensurable el apoyo que me brindó la señora Ramona Maciel de Gronenberg, jefa del departamento de Comercialización del diario *La Voz del Pueblo* de Tres Arroyos, quien dedicó largas horas de su tiempo para darme gran cantidad de información, y me contactó además con el resto del personal de la empresa, quienes me recibieron con calidez y mostraron permanentemente su interés por mi trabajo y a quienes también doy mi más sincero agradecimiento.

Agradezco también a la señora Estela, responsable de la biblioteca y el archivo del diario, quien me asesoró en la búsqueda del material, seleccionó gran cantidad de información adecuada a mis propósitos, y sin cuya ayuda el trabajo hubiese sido inabarcable.

Quiero mencionar además a los profesores Daniel Sinópoli e Ivonne Laugier que supieron pacientemente orientarme en el desarrollo de esta tesina.

Finalmente no pueden quedar sin mencionar en esta dedicatoria aquellos ciudadanos de Tres Arroyos, algunos anónimos, otros cuyos nombres cito en el desarrollo del trabajo, que colaboraron enormemente y me brindaron una invaluable información respondiendo a mis encuestas y/o entrevistas.

INTRODUCCIÓN



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se propone aproximarse al estudio de las condiciones y las formas de producción del diario *La Voz del Pueblo* de Tres Arroyos, y de su relación con la opinión pública local.

En nuestro país, hay muy pocos estudios sobre los medios locales por lo cual este trabajo considera que el tema planteado es un humilde aporte al estudio de los productos periodísticos localistas en la Argentina.

Es importante destacar que en una etapa de afianzamiento de la democracia es relevante escuchar todas las voces informativas del país, ya que la información alimenta el debate público, y el debate público a su vez afianza la democracia.

También cabe recalcar que la descentralización del país hace cada vez más importante el estudio de fenómenos locales. Hoy día, cuando casi la totalidad de la información que se recibe procede de la ciudad de Buenos Aires, resulta interesante ver qué pasa con la información de corte local de una ciudad situada a casi 500 Km de la Capital Federal.

Además este trabajo considera que el estudio de la prensa gráfica local puede contribuir a la discusión sobre la construcción de la noticia y sobre los criterios de noticiabilidad incluidos en las agendas periodísticas.

Cualquier trabajo sobre los medios, las noticias y el periodismo, tiene como marco obligado los procesos de globalización, en especial la globalización de las comunicaciones, y los aportes derivados de los

importantes avances tecnológicos. También es un contexto obligado de este tipo de estudios los fuertes cambios producidos en todo el mundo en lo que hace a un desplazamiento en el papel del Estado, una relativa disolución de las fronteras de los ámbitos público y privado, la ampliación de la brecha entre riqueza y pobreza y las diversas formas que adopta la crisis institucional y social.

En la actualidad aún un medio de comunicación de una ciudad relativamente pequeña – 51.000 habitantes – de la provincia de Buenos Aires formaliza su actividad en el contexto de los procesos globales, regionales y locales de manera ineludible.

Este trabajo asume que cada vez más los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la constitución de la opinión pública, por lo cual se puede afirmar que realizan una tarea de servicio público o al menos de importante interés público.

Reconocemos que: “Evidentemente, la existencia de *cierta* clase y *cierto* grado de interés público en la actividad de los medios masivos ha tenido gran aceptación, situación que ha estado muy relacionada con el surgimiento de la democracia y de una “esfera pública” en la que los ciudadanos forman y expresan opiniones sobre la base del conocimiento común y de valores ampliamente compartidos. Sin embargo, se presentan problemas cuando se pasa de estos conceptos a la definición de criterios aplicables a la “acción” comunicativa de los medios masivos en su función pública. Las principales dificultades son las de especificar, en primer lugar, el supuesto beneficiario colectivo, y, en segundo lugar, las reglas que determinarán el saldo de

beneficios o perjuicios. No es sorprendente que haya poco consenso sobre lo que se considera “bien común” en lo que respecta al *contenido* y a los usos de los medios públicos de comunicación.” (Denis McQuail, 1998: 29).

La hipótesis que guía este trabajo está basada en el inusual éxito de tirada del diario *La Voz del Pueblo* de Tres Arroyos así como su buen nivel de competencia con los diarios de proyección nacional debido principalmente a la estrecha relación que existe entre la temática del diario y los asuntos que conforman el temario de discusión pública de esa localidad.

Este trabajo se propone una aproximación a un medio gráfico local como *La Voz del Pueblo*, de la ciudad de Tres Arroyos, para estudiar las formas en que se construye la noticia y la manera en que se organizan y plantean las agendas al público. A la vez, el trabajo procura interpretar a través de la lectura de tres meses del diario, marzo, abril y mayo del año 1999, un análisis de hasta veinte días de información (del 10 al 29 de abril de 1999), y de entrevistas y encuestas a actores sociales representativos de la ciudad, empleados, personal directivo y expendedores del diario, la posible relación entre *La Voz del Pueblo*, de larga trayectoria en la ciudad, y el público lector.

Resulta importante para el trabajo tomar en cuenta las características de la ciudad de tres Arroyos y su sociedad y el marco de la globalización de las comunicaciones, que permite que lugares que antes se veían un tanto desconectados del conjunto del país, se sientan a través de las comunicaciones, relacionados y en continua situación de actualización ante los acontecimientos.

CAPÍTULO I: LA COMUNICACIÓN DE MASAS

Algunas palabras sobre la comunicación y los medios

Desde una visión antropológica, la comunicación es el mecanismo por el que el hombre puede relacionarse con otros hombres. En el momento de comunicar, la persona transmite simbólicamente ideas, construye mediaciones de la realidad- tanto interna, subjetiva, como externa- en forma de mensajes, verbales y no verbales. Estos mensajes que se transmiten están impregnados de significados, a los cuales a su vez el receptor les otorga sentidos. A través de las prácticas comunicativas se realiza esa construcción de sentidos. El concepto de *práctica* debe entenderse como experiencia-vivencia por la que el hombre se reconoce a sí mismo como hombre.

Lo comunicacional también es objeto de estudio de la filosofía, dado que “comunicar” implica el conjunto que hace a la concepción del mundo que posea el hombre. La comunicación, desde siempre, modificó la vida, las relaciones sociales y hasta la espiritualidad del hombre.

A la vez, el creciente avance de la tecnología, en la actualidad, ha influido tanto, que también el concepto mismo se encuadra en otros parámetros. Por lo tanto, la mediación tecnológica se convierte en todo un tema de análisis en las ciencias de la comunicación, dado que otorga tanto ventajas como desventajas a los productores y a los consumidores de mensajes, produce un debate que cada día sigue enriqueciéndose, y afecta la vida del hombre y pone en cuestión los límites de la imaginación y de la ciencia.

Dominique Wolton dice que “la comunicación es uno de los símbolos más brillantes del siglo XX; su ideal, aproximar a los hombres, los valores, las culturas, compensa los horrores y las barbaries de nuestra época. Es también una de las adquisiciones frágiles del movimiento de emancipación, ya que sus progresos han acompañado las luchas por la libertad, los derechos del hombre y la democracia” (1997: 13).

El siglo veinte es el siglo de las comunicaciones masivas. Periódicos, radio, cine, televisión, Internet se constituyen en estructuradores y constructores de la realidad y permiten a los individuos el conocimiento y la expansión de la percepción, reducen las distancias entre culturas, contribuyen decididamente a la difusión de las representaciones sociales y operan en la constitución de identidades.

Marshall Mc Luhan, desde la no neutralidad de la tecnología, considera que el medio es el mensaje. Para él, los medios son extensiones de los sentidos del hombre y las tecnologías, determinantes para el cambio social. Advierte, en tanto, que la tecnología trae aparejada la homogeneización cultural y la pérdida de identidad de los pueblos, por lo que la califica como globalizadora y dominante.

El semiólogo italiano Umberto Eco (1987) coincide con él sólo cuando se refiere a que el hombre gutenberiano ha muerto y que el lector busca en el libro un mensaje de baja definición en el que sumergirse de modo alucinatorio.

También Jürgen Habermas y Herbert Marcuse coinciden en cuanto a la racionalidad que sustenta las acciones instrumentales, el primero desde el

concepto de “trabajo”, que ejerce control hacia la naturaleza, y el segundo, desde la racionalización que incluye el control político en forma oculta.

Los intelectuales de la Escuela de Frankfurt, en especial Adorno y Horkheimer, percibieron que la tecnología ponía en riesgo la creatividad, la productividad y la libertad del ser humano, por los modos culturales hegemónicos de la sociedad post-industrial, que provocarían una crisis en la sociedad de masas, de la que no se podía aventurar el futuro.

La segunda guerra mundial marcó un paso adelante en la institucionalización de las comunicaciones. Durante el régimen nazi, la creación de escuelas de periodismo tuvo objetivos claros que le dieron entorno ideológico a los pensadores mencionados: el control político de las masas. También a través del cine, los programas radiales y la prensa escrita el gobierno alemán ejercía su poder. Las teorizaciones de los investigadores tuvieron entonces, como marco, el exilio, la muerte, la discriminación. En ese medio desesperante, percibieron con claridad lo que vendría por el modo en cómo Hitler utilizaba los medios de comunicación para dominar. Conocer a fondo el pensamiento de la mencionada escuela permite también comprender los rasgos fundamentales de la cultura mediática.

En los E.E.U.U., la psicología conductista sentó las bases de los estudios sobre comunicación. Los discursos comenzaron a analizarse, pero sólo en los planos sintáctico y semántico del lenguaje. Desde el *content analysis*, se observó el tratamiento cuantitativo y sistemático del discurso. De este modo, se estudiaba el contenido manifiesto y la intención de objetividad, lo que conducía al reconocimiento cuantitativo de los estereotipos.